



УДК 342.9

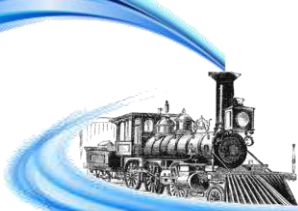
[https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-4\(34\)-797-807](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-4(34)-797-807)

Пунда Олександр Олегович доктор юридичних наук, доцент, професор кафедри права, Хмельницький Національний Університет, м. Хмельницький, тел.: (097) 457-64-10, <https://orcid.org/0000-0002-9175-3141>

Арзянцева Дар'я Андріївна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький, тел.: (067) 265-88-74, <https://orcid.org/0000-0001-8014-7544>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ E-COMMERCE

Анотація. Стаття присвячена питанням захисту персональних даних споживачів (покупців) при укладанні договорів у сфері e-commerce. Наголошено, що забезпечення захисту персональних даних фізичних осіб в умовах розвитку e-commerce виступає позитивним обов'язком органів публічного управління та має бути відображене у законодавстві. У сфері електронної комерції магазини збирають широкий спектр персональних даних від покупців для здійснення транзакцій, маркетингових цілей та покращення користувацького досвіду. Одним із основних типів інформації є ідентифікаційні дані, до яких належать ім'я, прізвище, дата народження та стать користувача. Також часто збирається контактна інформація, зокрема електронна пошта, номер телефону та поштова адреса. Значну роль відіграють платіжні дані, які включають номери банківських карток, реквізити рахунків та інші фінансові дані, необхідні для проведення платежів. Магазини також можуть отримувати інформацію про історію покупок, що дозволяє формувати персоналізовані пропозиції та аналізувати поведінку клієнтів. Додатково фіксуються дані про уподобання користувачів, такі як вибрані категорії товарів, історія пошуку та взаємодія з рекламними матеріалами. Необхідність формування механізмів забезпечення захисту персональних даних фізичних осіб сьогодні обумовлене також широким використанням інновацій «цифрового урядування» та «інтернет-торгівлі», в основі яких лежить формування масштабних баз даних користувачів. Має бути врегульовано питання використання та обробки персональних даних фізичних осіб у процесі «навчання» штучного інтелекту та формування маркетингових «профілів» споживачів. У кінцевому рахунку захист персональних даних споживачів (покупців) при укладанні договорів у сфері e-commerce може бути



закріплено на рівні окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів». При цьому для забезпечення правомірної обробки персональних даних інтернет-магазинам необхідно: забезпечити належний рівень захисту персональних даних та безперебійне функціонування інформаційної системи; здійснення права споживача на «забуття» його персональних даних; отримати згоду суб'єкта даних на обробку його персональних даних; інформувати споживача, як суб'єкта даних про обробку його персональних даних в результаті опрацювання замовлення.

Ключові слова: споживач, інтернет-торгівля, персональні дані, цифрове урядування, право на забуття, маркетингова інформація.

Punda Oleksandr Olegovych Doctor in the field of Legal Science, docent, professor of the Department of Law, Khmelnytskyi National University, Khmelnytsky, tel.: (097) 457-64-10, <https://orcid.org/0000-0002-9175-3141>

Arziantseva Daria Andriivna PhD in Economics, associate professor, assistant professor of the Department of Management, Finance, Banking and Insurance Khmelnytsky University of Management and Law named after Leonid, Khmelnytsky, tel.: (067) 265-88-74, <https://orcid.org/0000-0001-8014-7544>

ENSURING THE PROTECTION OF CONSUMERS' PERSONAL DATA IN THE FIELD OF E-COMMERCE

Abstract. The article is devoted to the issues of protection of personal data of consumers (buyers) when entering into contracts in the e-commerce sphere. The author emphasizes that ensuring the protection of personal data of individuals in the context of e-commerce development is a positive obligation of public authorities and should be reflected in legislation. In the field of e-commerce, stores collect a wide range of personal data from customers for transactions, marketing purposes and to improve the user experience. One of the main types of information is identification data, which includes the user's first name, last name, date of birth, and gender. Contact information such as email, phone number, and postal address is also often collected. Payment data, which includes bank card numbers, account details, and other financial data necessary for making payments, plays a significant role. Shops can also receive information about purchase history, which allows them to create personalized offers and analyze customer behavior. Additionally, data on user preferences, such as selected product categories, search history, and interaction with advertising materials, are recorded. The need to develop mechanisms to ensure the protection of personal data of individuals today is also due to the widespread use of “digital governance” and “e-commerce”



innovations, which are based on the formation of large-scale user databases. The issue of using and processing personal data of individuals in the process of “training” artificial intelligence and forming marketing “profiles” of consumers should be regulated. Ultimately, the protection of personal data of consumers (buyers) when entering into e-commerce contracts may be enshrined in certain provisions of the Law of Ukraine “On Consumer Protection”. At the same time, to ensure the lawful processing of personal data, online retailers need to: ensure an adequate level of personal data protection and uninterrupted functioning of the information system; exercise the consumer's right to “forget” his/her personal data; obtain the data subject's consent to the processing of his/her personal data; inform the consumer as a data subject about the processing of his/her personal data as a result of order processing.

Keywords: consumer, e-commerce, personal data, digital governance, right to be forgotten, marketing information.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій приносить постійні новації у практику сучасного суспільного життя. Поява e-commerce привела до чергового етапу формування «цифрової епохи», появи «цифрових прав» та розвитку концепції «Інтернет-права».

Однією з ключових характеристик сучасної цифрової епохи є постійний потік інформації. Соціальні медіа, новинні сайти, стрімінгові платформи, магазини онлайн-торгівлі - всі ці ресурси постійно постачають нас новинами, відео, фотографіями та товарами тощо.

Важливою рисою цифрової епохи є цифрова трансформація в різних сферах життя, таких як бізнес, освіта, медицина і торгівля. Компанії впроваджують цифрові технології для автоматизації процесів, покращення ефективності та забезпечення конкурентоспроможності, поширення продажів та формування цільової аудиторії.

Освітні заклади використовують онлайн-ресурси для навчання на відстані, а лікарі впроваджують телемедицину для консультацій і діагностики. Однак, разом з усією цією інноваційною силою, існують і певні виклики. Проблеми приватності даних споживачів, цифрові нерівності та залежність від технологій - лише деякі з питань, які потребують уваги в цьому цифровому світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та прикладні проблеми використання штучного інтелекту стали предметом дослідження багатьох науковців у сфері історії, економіки, державного управління та, насамперед, права. Зокрема, йдеться про праці таких вітчизняних науковців, як: Н. А. Азьмук [1], Р. В. Березенський [2], Н. В.Верлос [3], А. Ю. Голобородько [4], О. І. Зозуляк [5], К.О. Клименко [6], К. Міліціна [7], Є. О. Мічурін [8], А. С. Осьмак [9], Д. Прилипко [10], Є.А. Тимошенко [11], О.М. Тридід [12], М. С. Уткіна [13], Л. Г. Хоменко [14], Н.В. Шишка [15], Б.С. Щербина,



В.В. Ткаченко [16] та ін. Проте, чимало аспектів проблематики залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, актуальними є питання забезпечення захисту персональних даних фізичних осіб в умовах розвитку штучного інтелекту.

Мета статті – дослідження доктринальних та прикладних аспектів регламентування забезпечення захисту персональних даних споживачів (покупців) при укладанні договорів у сфері e-commerce.

Виклад основного матеріалу. Впровадження інформаційних технологій, частиною яких є сфера e-commerce, є невід’ємною складовою розвитку соціально-економічної, науково-технічної, оборонної, правової та іншої діяльності у сферах загальнодержавного значення [17].

Електронна комерція (e-commerce) є важливою складовою сучасної цифрової економіки, яка охоплює фінансові та торгові операції, що здійснюються за допомогою комп’ютерних мереж. Вона включає широкий спектр бізнес-процесів, пов’язаних із проведенням таких транзакцій, що забезпечує ефективну взаємодію між виробниками, продавцями та споживачами. Основою електронної комерції є використання Інтернету як основного середовища для обміну товарами, послугами та інформацією.

Згідно з сучасними дослідженнями, електронна комерція може бути визначена як система комерційних відносин, що передбачає купівлю та продаж товарів або послуг за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Вона також охоплює бізнес-операції та організаційну діяльність, що здійснюється в цифровому середовищі. Інтернет забезпечує ключові механізми для функціонування e-commerce, дозволяючи здійснювати транзакції між підприємствами (B2B), між підприємствами та споживачами (B2C), між споживачами (C2C) та урядовими структурами (B2G).

Одним із ключових аспектів електронної комерції є можливість безперервного функціонування, оскільки вона не обмежена часовими та географічними рамками. Використання цифрових платформ дозволяє автоматизувати процеси закупівлі, продажу, маркетингу та управління ланцюгами постачання. Окрім цього, e-commerce сприяє зниженню витрат на ведення бізнесу завдяки мінімізації фізичної інфраструктури та зменшенню витрат на операційну діяльність.

Важливим аспектом електронної комерції є її нормативно-правове регулювання, яке визначає правила ведення діяльності, захист прав споживачів та забезпечення безпеки персональних даних. Деякі дослідники розглядають електронну комерцію як інструмент розвитку глобального ринку, що усуває бар’єри між національними економіками. Водночас зростає потреба у впровадженні ефективних механізмів кібербезпеки, оскільки значна частина фінансових транзакцій здійснюється в онлайн-середовищі.

Електронна комерція виступає рушійною силою цифрової трансформації економіки, сприяючи інноваціям у сфері торгівлі, фінансів та маркетингу.



Подальший розвиток технологій, зокрема штучного інтелекту та блокчейну, здатний підвищити ефективність електронних транзакцій та забезпечити додатковий рівень безпеки. Відповідно, інтеграція e-commerce у різні сфери економічної діяльності сприяє підвищенню конкурентоспроможності бізнесу та формуванню нових моделей економічної взаємодії.

Інтернет-торгівля є одним із ключових напрямів електронної комерції, що трактується у найвужчому розумінні цього поняття, зосереджуючись переважно на процесі купівлі-продажу товарів та послуг через мережу Інтернет. Вона відкриває принципово нові можливості для організації торгівлі, орієнтуючись на використання сучасних інформаційних технологій і цифрових платформ для здійснення комерційних операцій. Інтернет-торгівля дозволяє оперативно взаємодіяти із споживачами, швидко обробляти замовлення, забезпечувати їх оплату та організувати доставку. Водночас у науковій літературі зустрічається точка зору, відповідно до якої електронна комерція є специфічною складовою ширшого поняття "електронний бізнес", і охоплює всі види правовідносин, що виникають у процесі купівлі-продажу товарів, надання послуг і передачі інформації через Інтернет.

Крім того, електронна комерція включає в себе не лише укладення угод, але й усі супутні процеси, зокрема інтернет-маркетинг, просування товарів, здійснення електронних платежів, організацію логістики, а також постпродажне обслуговування. Важливим елементом є і правове регулювання відносин між продавцем та покупцем, зокрема, щодо захисту прав споживачів та безпеки персональних даних. Таким чином, електронна комерція охоплює значно ширше коло відносин, ніж проста інтернет-торгівля, і виступає комплексним явищем, що поєднує економічні, правові та технологічні аспекти. Варто підкреслити, що розвиток електронної комерції стимулює вдосконалення правового поля, зокрема у сфері електронних договорів, цифрових підписів та кібербезпеки. Саме тому, розмежування понять «інтернет-торгівля» та «електронна комерція» є необхідним для точного розуміння сутності і особливостей цих явищ у сучасному цифровому середовищі.

У сфері електронної комерції (e-commerce) магазини збирають широкий спектр персональних даних від покупців для здійснення транзакцій, маркетингових цілей та покращення користувацького досвіду. Одним із основних типів інформації є ідентифікаційні дані, до яких належать ім'я, прізвище, дата народження та стать користувача. Також часто збирається контактна інформація, зокрема електронна пошта, номер телефону та поштова адреса.

Значну роль відіграють платіжні дані, які включають номери банківських карток, реквізити рахунків та інші фінансові дані, необхідні для проведення платежів. Магазини також можуть отримувати інформацію про історію покупок, що дозволяє формувати персоналізовані пропозиції та аналізувати поведінку



клієнтів. Додатково фіксуються дані про уподобання користувачів, такі як вибрані категорії товарів, історія пошуку та взаємодія з рекламними матеріалами.

Системи e-commerce відстежують технічну інформацію, зокрема IP-адресу, тип пристрою, операційну систему та браузер, що використовується. Дані про геолокацію допомагають визначати регіон перебування користувача та пропонувати локалізовані товари й послуги. Також зберігаються файли cookie, які містять інформацію про відвідувані сторінки, поведінку на сайті та налаштування користувача.

Деякі магазини застосовують технології штучного інтелекту та аналітичні інструменти для аналізу персональних даних, прогнозування поведінки клієнтів та вдосконалення маркетингових стратегій. Використання таких даних дозволяє компаніям покращувати користувацький досвід, пропонуючи релевантні продукти та персоналізовані акції. Проте важливою складовою роботи з персональними даними є їх захист та дотримання норм законодавства, зокрема Загального регламенту про захист даних (GDPR) та інших локальних норм.

Окремі суб'єкти комерційної діяльності можуть передавати зібрані дані третім сторонам, таким як маркетингові агенції, платіжні системи або логістичні компанії. Це викликає питання конфіденційності та потребує чітких політик використання та обробки даних. Покупці мають право знати, як використовуються їхні персональні дані, а також вимагати їхнього видалення або виправлення.

У підсумку, електронна комерція неможлива без збору та обробки персональних даних покупців, однак це потребує дотримання правових норм та етичних стандартів. Магазини повинні забезпечувати належний рівень захисту інформації та прозорість у її використанні, аби зберегти довіру клієнтів та запобігти витокам даних.

Таким чином, з розвитком електронної комерції питання захисту персональних даних покупців набуває особливої актуальності. Сучасні технології та методи кібербезпеки дозволяють забезпечити належний рівень конфіденційності та безпеки інформації, що передається під час онлайн-транзакцій. Одним із ключових способів захисту є впровадження технології шифрування даних. Використання протоколу SSL/TLS гарантує безпечне передавання інформації між користувачем та сервером, знижуючи ризик несанкціонованого доступу.

Другим важливим механізмом є багатофакторна автентифікація (2FA), яка передбачає підтвердження входу за допомогою додаткового чинника, наприклад, одноразового коду, надісланого на мобільний телефон або електронну пошту користувача. Це значно ускладнює доступ до облікових записів у разі викрадення пароля.

Також ефективним методом є регулярне оновлення програмного забезпечення та безпекових систем. Використання застарілих версій платформ або



додатків може створити вразливості, які можуть бути використані зловмисниками для атак. Крім того, важливим елементом є належне управління паролями: магазини повинні рекомендувати користувачам створювати складні паролі та змінювати їх із певною періодичністю.

Контроль доступу до персональних даних відіграє критично важливу роль. Не всі співробітники компанії повинні мати доступ до конфіденційної інформації клієнтів. Використання систем розмежування прав доступу дозволяє обмежити можливості перегляду та зміни даних лише для певних категорій персоналу.

Законодавче регулювання та дотримання міжнародних стандартів, таких як GDPR (Загальний регламент про захист даних) або PCI DSS (стандарт безпеки для обробки платіжних карток), є обов'язковими для забезпечення безпеки даних. Відповідно до цих норм, компанії повинні інформувати клієнтів про способи збору, зберігання та використання їхніх персональних даних, а також надавати можливість їх видалення на вимогу.

Окрім технічних заходів, важливо проводити навчання персоналу з питань кібербезпеки. Працівники, які мають доступ до даних клієнтів, повинні бути обізнані щодо ризиків фішингових атак, соціальної інженерії та інших загроз.

Додатково слід використовувати системи моніторингу та виявлення загроз, які можуть оперативно реагувати на спроби несанкціонованого доступу або підозрілі активності. Автоматизовані механізми аналізу поведінки користувачів дозволяють виявляти аномальні дії, які можуть свідчити про можливий витік даних або шахрайство.

Ще одним аспектом є впровадження політики мінімізації даних. Магазини повинні збирати лише ті персональні дані, які є необхідними для виконання конкретних операцій, уникаючи надмірного накопичення інформації, що може стати мішенню для хакерських атак.

Таким чином, ефективний захист персональних даних у сфері e-commerce можливий лише за умови комплексного підходу, який включає використання передових технологій, правове регулювання, внутрішні політики безпеки та підвищення рівня обізнаності користувачів. Інтернет-магазини, які дотримуються цих принципів, не лише захищають своїх клієнтів, а й формують довіру до свого бренду, що є важливим фактором у конкурентному середовищі.

Наповнення бази даних персональними даними є важливим питанням у сфері електронної комерції. Заборонено використовувати та запитувати персональні дані від сторін електронного правочину для інших цілей, окрім як для виконання цього правочину, якщо інше не передбачено законом або за домовленістю сторін.

Хоча реєстрація фізичної особи в інформаційній системі суб'єкта електронної комерції свідчить про її згоду на обробку та використання персональних даних,



а також на виконання інших дій відповідно до Закону України “Про захист персональних даних”, технічне виконання цієї системи в окремих проектах e-commerce може не відповідати вимогам законодавства.

У відповідь на це представники інтернет-магазинів можуть заявити, що здійснюють збір статистичних даних. Проте, з точки зору українського законодавства, персональні дані та статистичні відомості є різними і взаємовиключними категоріями. Статистика — це документована зведена інформація, яка надає кількісну характеристику масових явищ та процесів, тоді як персональні дані є інформацією з обмеженим доступом.

Ще одним важливим елементом забезпечення захисту персональних даних споживачів є право споживача на «забуття» його персональних даних є важливою гарантією захисту особистої інформації у сфері електронної комерції. Це право означає можливість вимагати від інтернет-магазинів та інших суб'єктів e-commerce видалення його персональних даних, якщо відпала мета їх обробки. Сьогодні багато онлайн-магазинів збирають великі обсяги персональної інформації: ім'я, адресу, контактні дані, дані платіжних карток тощо. Проте після виконання замовлення або завершення ділових відносин споживач має право вимагати повного видалення таких даних.

Це право тісно пов'язане із загальним принципом мінімізації обробки даних, коли обсяг даних обмежується лише необхідним. Відповідно до законодавства про захист персональних даних, компанії повинні передбачати технічну можливість для видалення інформації на вимогу користувача. Особливо важливою є прозорість щодо того, як саме обробляються та зберігаються дані клієнтів. Крім того, інтернет-магазини зобов'язані інформувати користувачів про право на видалення даних ще під час отримання згоди на їх обробку.

Споживач повинен мати можливість подати відповідний запит у зручній формі — через особистий кабінет, електронну пошту або спеціальну форму. Відмова у видаленні даних допускається лише у виняткових випадках, передбачених законом, наприклад, якщо дані потрібні для виконання юридичних зобов'язань. Практика реалізації права на забуття є запорукою формування довіри до електронної торгівлі. Захист персональних даних підвищує репутацію компанії та забезпечує її відповідність вимогам законодавства. Водночас ігнорування права на забуття може стати підставою для звернення до уповноважених органів або суду. Виконання вимоги про видалення даних має відбуватися у розумний строк, зазвичай не пізніше ніж протягом 30 днів.

Особливо актуальним є право на забуття в контексті зловживань персональними даними, наприклад, передачі їх третім особам без згоди. Інформаційна безпека та захист приватності споживачів мають стати пріоритетом для будь-якого суб'єкта e-commerce. Це право також допомагає уникнути ситуацій, коли після завершення замовлення дані клієнта продовжують використовуватися для



розсилок або рекламних кампаній. Таким чином, право споживача на забуття є важливою складовою його правового статусу в онлайн-середовищі. Реалізація цього права допомагає гарантувати конфіденційність, свободу волевиявлення та справедливий обіг персональної інформації.

Висновки. Підсумовуючи наголосимо, що забезпечення захисту персональних даних фізичних осіб в умовах розвитку e-commerce виступає позитивним обов'язком органів публічного управління та має бути відображене у законодавстві. Необхідність формування механізмів забезпечення захисту персональних даних фізичних осіб сьогодні обумовлене також широким використанням інновацій «цифрового урядування» та «інтернет-торгівлі», в основі яких лежить формування масштабних баз даних користувачів. Має бути врегульовано питання використання та обробки персональних даних фізичних осіб у процесі «навчання» штучного інтелекту та формування маркетингових «профілів» споживачів. У кінцевому рахунку захист персональних даних споживачів (покупців) при укладанні договорів у сфері e-commerce може бути закріплено на рівні окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів». При цьому для забезпечення правомірної обробки персональних даних інтернет-магазинам необхідно: забезпечити належний рівень захисту персональних даних та безперебійне функціонування інформаційної системи; здійснення права споживача на «забуття» його персональних даних; отримати згоду суб'єкта даних на обробку його персональних даних; інформувати споживача, як суб'єкта даних про обробку його персональних даних в результаті опрацювання замовлення.

Література:

1. Азьмук Н.А. Стратегічні напрями збалансування розвитку національного ринку праці та цифрової економіки : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2020. 48 с.
2. Березенський, Р. І. Моделі та методи управління проектами інформатизації автотранспортного господарства військових формувань та правоохоронних органів : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.13.22. Держ. служба України з надзв. ситуацій, Львів. держ. ун-т безпеки життєдіяльності. Л., 2019. 22 с.
3. Верлос Н. В. Рецепт у конституційному праві України. дис. ... д. ю. н. : 12.00.02. Національний авіаційний університет. Київ. 2021. 475 с.
4. Голобородько А. Ю. Управління інтегративним розвитком підприємств у сучасній економічній парадигмі цифровізації.: автореферат дис. ... д. е. н. : 08.00.04. 2023 р. 30 с.
5. Зозуляк О. І. Штучний інтелект як об'єкт цивільно-правового регулювання : *Збірник наукових статей. Івано-Франківськ : ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2021. Вип. 55. С.95-103.*
6. Клименко К.О. Сучасні інформаційні інструменти в судовій та адвокатській діяльності. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. 2021. Випуск 65. С. 348-352.*
7. Міліціна К. Об'єкти, створені за допомогою штучного інтелекту і штучним інтелектом безпосередньо, та авторське право США. *Підприємництво, господарство і право. 2019. № 5. С. 343–346.*



8. Мічурін Є. О. Правова природа штучного інтелекту. *Forum Prava*. 2020. № 64 (5). С. 67–75.
9. Осьмак А. С. Механізми забезпечення інтеперабельності сервісної діяльності органів публічної влади: автореф. дис. ... д.філософ : 281 Публічне управління та адміністрування. 2020 р. 30 с.
10. Прилипко Д. Штучний інтелект та авторське право. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2021. №2. С. 15-22.
11. Тимошенко Є.А. Штучний інтелект як суб'єкт права інтелектуальної власності. *Часопис Київського університету права*. 2020. № 4. С.328-332.
12. Тридід О.М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01. Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2003. 31 с.
13. Уткіна М. С. Можливість віднесення творів, створених штучним інтелектом, до об'єктів інтелектуальної власності. *Правові горизонти*. 2019. № 17. С. 54–58
14. Хоменко Л.Г. Історія вітчизняної кібернетики та інформатики (етапи накопичення наукової спадщини та досвіду інформатизації суспільства): Автореф. дис... д-ра іст. наук: 07.00.07. НАН України. Центр дослідж. наук.-техн. потенціалу та історії науки ім. Г.М.Доброва. К., 2000. 35 с.
15. Шишка Н.В. Штучний інтелект в українському правосудді: правові передумови запровадження. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2021. № 3. С.143-145.
16. Щербина Б.С., Ткаченко В.В. Штучний інтелект як суб'єкт цивільного права. *Юридичний вісник*. № 1 (58). 2021. С. 142-148.
17. Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні : Розпорядження КМУ від 2 грудня 2020 р. № 1556-р. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#Text> (дата звернення 25.07.2023 р.)

References:

1. Azmuk, N.A. (2020). Stratehichni napriamy zbalansuvannya rozvytku natsionalnoho rynku pratsi ta tsyfrovoy ekonomiky [Strategic directions for balancing the development of the national labor market and the digital economy]: author's abstract. thesis ... *Dr. Econ. Sciences*: 08.00.03. NAS of Ukraine, Institute of Industrial Economics. Kyiv. [in Ukrainian].
2. Berezenskyi, R.I. (2019). Modeli ta metody upravlinnia proektamy informatyzatsii avtotransportnoho hospodarstva viiskovykh formuvan ta pravookhoronnykh orhaniv [Models and methods of project management of the informatization of the motor transport industry of military formations and law enforcement bodies]: autoref. thesis ... *Candidate technical Sciences*: 05.13.22. Govt. the service of Ukraine with superannuation of situations, Lviv. state University of Life Safety. Lviv. [in Ukrainian].
3. Verlos, N. V. (2021). Retseptsiia u konstytutsiinomu pravi Ukrainy [Reception in the constitutional law of Ukraine]. *Thesis ... d. yu. N.* : 12.00.02. National Aviation University. Kyiv. [in Ukrainian]
4. Holoborodko, A. Yu. (2023). Upravlinnia intehratyvnyim rozvytkom pidpriemstv u suchasni ekonomichni paradyhmi tsyfrovizatsii [Management of the integrative development of enterprises in the modern economic paradigm of digitization.: abstract of the dissertation]. ... *d. e. n.*: 08.00.04. [in Ukrainian]
5. Zozuliak, O. I. (2021). Shtuchnyi intelekt yak ob'iekt tsyvilno-pravovoho rehuliuвання [Artificial intelligence as an object of civil law regulation]: *Zbirnyk naukovykh statei. Ivano-Frankivsk : DVNZ «Prykarpatskyi natsionalnyi universytet imeni Vasylia Stefanyka»*. (Vyp. 55), (pp. 95-103). [in Ukrainian].



6. Klymenko K.O. (2021). Suchasni informatsiini instrumenty v sudovii ta advokatskii diialnosti [Modern information tools in judicial and advocacy activities]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu - Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University, Issue 65*, 348-352 [in Ukrainian]
7. Militsina K. (2019). Obiekty, stvoreni za dopomohoiu shtuchnoho intelektu i shtuchnym intelektom bezposeredno, ta avtorske pravo SShA [Objects created with the help of artificial intelligence and artificial intelligence directly, and US copyright]. *Pidpriumnystvo, hospodarstvo i pravo - Entrepreneurship, economy and law*. No. 5, 343-346. [in Ukrainian]
8. Michurin E. O. (2020). Pravova pryroda shtuchnoho intelektu [Legal nature of artificial intelligence]. *Forum Prava - Forum of law*, 64 (5), 67-75. [in Ukrainian]
9. Osmak A. S. (2020). Mekhanizmy zabezpechennia interoperabelnosti servisnoi diialnosti orhaniv publichnoi vlady [Mechanisms for ensuring the interoperability of service activities of public authorities]: autoref. thesis ... *Doctor of Philosophy: 281 Public management and administration*. [in Ukrainian]
10. Prylypko D. (2021). Shtuchnyi intelekt ta avtorske pravo [Artificial intelligence and copyright]. *Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti - Theory and practice of intellectual property*. 2, 15-22. [in Ukrainian]
11. Tymoshenko, Ye.A. (2020). Shtuchnyi intelekt yak subiekt prava intelektualnoi vlasnosti [Artificial intelligence as a subject of intellectual property law]. *Chasopys Kyivskoho universytetu prava - Journal of the Kyiv University of Law.*, 4, 328-332. [in Ukrainian]
12. Trydid, O.M. (2003) Stratehiia rozvytku pidpriumstva v umovakh kryzy [Enterprise development strategy in crisis conditions]: Author's abstract. *Dis... Dr. Econ. Sciences: 08.06.01. Donets. nats. un-t. Donetsk*. [in Ukrainian].
13. Utkina, M. S. (2019) Mozhlyvist vidnesennia tvoriv, stvorenykh shtuchnym intelektom, do obektiv intelektualnoi vlasnosti [The possibility of assigning works created by artificial intelligence to objects of intellectual property]. *Legal horizons - Pravovi horyzonty*, 17, 54-58. [in Ukrainian]
14. Khomenko, L.G. (2000) History of domestic cybernetics and informatics (stages of accumulation of scientific heritage and experience of informatization of society) [Istoriia vitchyznianoï kibernetiky ta informatyky (etapy nakopychennia naukovoï spadshchyny ta dosvidu informatyzatsii suspilstva)]: *Abstract. dis... dr ist. Sciences: 07.00.07. NAS of Ukraine. Research Center science and technology potential and history of science named after H.M. Dobrova. Kyiv*. [in Ukrainian]
15. Shishka, N.V. (2021). Artificial intelligence in Ukrainian justice: legal prerequisites for implementation [Shtuchnyi intelekt v ukrainskomu pravosuddi: pravovi peredumovy zaprovadzhennia]. *Legal scientific electronic journal - Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*, 3, 143-145. [in Ukrainian]
16. Shcherbina, B.S., Tkachenko, V.V. (2021). Shtuchnyi intelekt yak subiekt tsyvilnoho prava [Artificial intelligence as a subject of civil law] *Yurydychnyi visnyk.- Legal Bulletin*, 58, 142-148. [in Ukrainian]
17. Kontsepsiia rozvytku shtuchnoho intelektu v Ukraini : Rozporiadzhennia KМУ vid 2 hrudnia 2020 r. № 1556-r. [Concept of development of artificial intelligence in Ukraine: Decree of the CMU dated December 2, 2020 No. 1556.] *Verkhovna Rada Ukrainy. Baza «Zakonodavstvo Ukrainy»*. [Verkhovna Rada of Ukraine. Database "Legislation of Ukraine"]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#Text> [in Ukrainian]